

PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : 2002-083213
 (43)Date of publication of application : 22.03.2002

(51)Int.Cl.

G06F 17/60

(21)Application number : 2000-274098
 (22)Date of filing : 08.09.2000

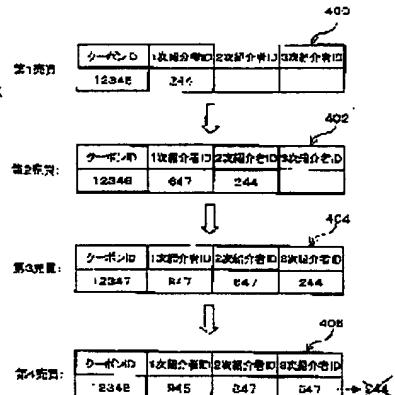
(71)Applicant : FUJI XEROX CO LTD
 (72)Inventor : YAMASHITA ICHIRO

(54) NETWORK ADVERTISING METHOD AND SYSTEM

(57)Abstract:

PROBLEM TO BE SOLVED: To effectively advertise a commodity sale which uses Web page.

SOLUTION: A seller server imparts an introducer ID to a customer A who purchased a commodity on a sale Web page, and an electronic coupon 400 containing the introducer ID as primary introducer is sent to the customer A to ask for an advertisement. The customer A, who received it hands it to an acquaintance or the like. When a customer B who has received the coupon 400 purchases a commodity over the sale Web page, an introduction reward is added up to the introducer (customer A) registered in the coupon 400, and a new coupon 42 with the introducer ID of the customer B added to the primary introducer is handed to the customer B. When a customer B purchases a commodity through the use of the coupon 402, the reward for introduction is distributed and added up to the customer B as primary introducer and the customer A as secondary introducer.



LEGAL STATUS

[Date of request for examination]

[Date of sending the examiner's decision of rejection]

[Kind of final disposal of application other than the examiner's decision of rejection or application converted registration]

[Date of final disposal for application]

[Patent number]

[Date of registration]

[Number of appeal against examiner's decision of rejection]

[Date of requesting appeal against examiner's decision of rejection]

[Date of extinction of right]

(19)日本国特許庁 (JP)

(12) 公開特許公報 (A)

(11)特許出願公開番号

特開2002-83213

(P2002-83213A)

(43)公開日 平成14年3月22日(2002.3.22)

(51)Int.Cl'

G 06 F 17/60

識別記号

3 2 6

Z E C

3 2 4

4 1 0

F I

G 06 F 17/60

テマコト(参考)

3 2 6 5 B 0 4 9

Z E C 5 B 0 5 5

3 2 4

4 1 0 A

審査請求 未請求 請求項の数20 OL (全 14 頁)

(21)出願番号 特願2000-274098(P2000-274098)

(22)出願日 平成12年9月8日(2000.9.8)

(71)出願人 000005496

富士ゼロックス株式会社

東京都港区赤坂二丁目17番22号

(72)発明者 山下 一郎

神奈川県横浜市西区みなとみらい3丁目3
番1号 三菱重工横浜ビル 富士ゼロック
ス株式会社内

(74)代理人 100075258

弁理士 吉田 研二 (外2名)

Fターム(参考) 5B049 BB11 BB49 CC00 CC10 CC38

FF01 GG02

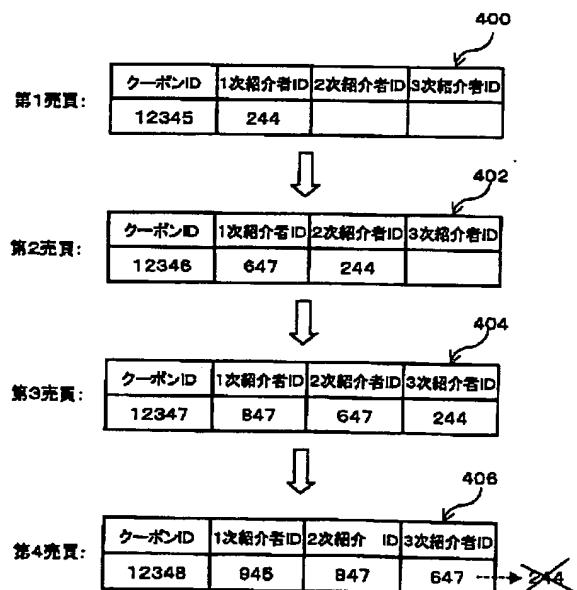
5B055 CA00

(54)【発明の名称】 ネットワーク広告方法及びシステム

(57)【要約】

【課題】 ウェブページを用いた商品販売を効果的に宣伝する。

【解決手段】 販売者サーバは、販売ウェブページ上で商品を購入した顧客Aに対し紹介者IDを付与し、その紹介者IDを1次紹介者として含んだ電子クーポン400をその顧客Aに送って宣伝を依頼する。これを受け取った顧客Aは、知人等にその電子クーポンを渡す。このクーポン400をもらった顧客Bが販売ウェブページ上で商品を購入すると、クーポン400に登録された紹介者(顧客A)に紹介報酬が計上されるとともに、顧客Bの紹介者IDを1次紹介者に追加した新たなクーポン402が顧客Bに渡される。そしてクーポン402を用いて顧客Cが商品を購入すると、紹介報酬が1次紹介者である顧客Bと2次紹介者である顧客Aに、所定の配分ルールに従って配分され、計上される。



【特許請求の範囲】

【請求項1】 ユーザとの連携により、ウェブページを顧客に広告するための方法であって、(a)複数の紹介者IDを保持できる紹介者リストを生成し、(b)この紹介者リストの所定の紹介者の紹介者IDを登録し、この紹介者リストに対応付けられた電子的な紹介チケットをその紹介者に対してオンラインで提供し、(c)前記紹介チケットを利用して前記ウェブページにて所定の操作が行われたことを検知した場合に、その操作に応じて生じた紹介報酬を、前記紹介チケットに対応する前記紹介者リストに登録された各紹介者IDに対して記録すると共に、その所定操作を行ったユーザに付与した紹介者IDをその紹介者リストに追加することにより前記紹介者リストを更新し、更新された紹介者リストに対応づけた紹介チケットをそのユーザに対してオンラインで提供し、前記ステップ(c)により前記紹介チケットを取得したユーザが、新たな紹介者としてその紹介チケットを他のユーザに配布することを可能としたネットワーク広告方法。

【請求項2】 前記紹介者リストは、複数の紹介者IDを順位付けて保持可能に構成され、

前記ステップ(c)は、

前記紹介者リスト内の各紹介者IDの順位に応じて前記紹介報酬を配分した上で各紹介者IDに対応づけて記録するステップと、

前記紹介者リスト内の既存の各紹介者IDの順位を繰り下げ、その所定操作を行ったユーザに付与した紹介者IDをその紹介者リストの最上位に追加することにより前記紹介者リストを更新するステップと、
を含むことを特徴とする請求項1記載の方法。

【請求項3】 前記紹介者リストごとに、そのリストに保持できる紹介者IDの数を設定可能としたことを特徴とする請求項1記載の方法。

【請求項4】 前記紹介者リスト内の各紹介者IDに対する順位に応じた前記紹介報酬の配分ルールを、前記紹介者リストごとに個別に設定可能としたことを特徴とする請求項2記載の方法。

【請求項5】 前記紹介報酬の発生条件となる前記所定操作は、前記ウェブページにおける前記ユーザの商品購入であることを特徴とする請求項1記載の方法。

【請求項6】 前記紹介チケットは、前記ウェブページにおける商品購入の際の割引クーポンとして用いられるることを特徴とする請求項5記載の方法。

【請求項7】 前記紹介チケットは、前記ウェブページへのリンク情報と共に前記ユーザに提供されることを特徴とする請求項1記載の方法。

【請求項8】 前記ステップ(c)では、前記紹介チケットと前記ウェブページへのリンク情報を含んだ電子メールが前記ユーザ宛に送信されることを特徴とする請

求項7記載の方法。

【請求項9】 前記ステップ(c)では、前記ウェブページへのリンク情報と前記紹介チケットとを含んだチケット配布用ウェブページ、を前記ユーザに送信することを特徴とする請求項7記載の方法。

【請求項10】 前記紹介チケットには一意なチケットIDが付与され、このチケットIDにより、前記紹介チケットと前記紹介者リストとの対応関係が管理されることを特徴とする請求項1記載の方法。

【請求項11】 前記ステップ(b)又は(c)において前記ユーザに提供される前記紹介チケットに電子署名を施すことを特徴とする請求項1記載の方法。

【請求項12】 前記紹介チケットに対し、この紹介チケットの発行数を設定するステップと、前記紹介チケットを用いた前記ウェブページに対する所定の操作の受け付け回数を、前記紹介チケットごとにカウントするステップと、

前記紹介チケットについての前記所定操作の受け付け回数が、当該紹介チケットに設定された前記発行数に達した以降は、その紹介チケットを用いた前記所定操作の受け付けを禁止することを特徴とする請求項1記載の方法。

【請求項13】 前記ステップ(b)で前記紹介チケットを提供する紹介者から、前記紹介者リスト内の各順位に対する報酬の配分ルールの指定を受け付け、その指定された配分ルールを前記紹介者リストと対応づけて管理することを特徴とする請求項1記載の方法。

【請求項14】 ユーザとの連携により、ウェブページを顧客に広告するためのシステムであって、複数の紹介者IDを保持できる紹介者リストを生成する手段と、

前記紹介者リストに対応付けられた紹介チケットを発行するチケット発行手段と、

前記ウェブページに対して前記紹介チケットを利用して所定の操作が行われたことを検知するユーザ操作検知手段と、

前記検知手段による検知に応じて、前記紹介チケットに対応する前記紹介者リストに登録された各紹介者IDに対し、その操作に応じて生じた紹介報酬を記録する報酬管理手段と、

前記検知手段の検知に応じて、前記紹介チケットに対応する前記紹介者リストに対し、前記所定操作を行ったユーザに付与した紹介者IDを追加することにより前記紹介者リストを更新し、更新された紹介者リストに対応づけた紹介チケットを前記チケット発行手段に発行させ、その結果得られた新たな紹介チケットを当該ユーザに対してオンラインで提供するチケット配布手段と、を備えるネットワークサービス紹介システム。

【請求項15】 前記紹介者リストは、複数の紹介者IDを順位付けて保持可能に構成され、

前記報酬管理手段は、前記紹介者リスト内の各紹介者IDの順位に応じて前記紹介報酬を配分した上で各紹介者IDに対応づけて記録し、

前記チケット配布手段は、前記紹介者リスト内の既存の各紹介者IDの順位を繰り下げ、その所定操作を行ったユーザに付与した紹介者IDをその紹介者リストの最上位に追加することにより前記紹介者リストを更新する、ことを特徴とする請求項14記載のシステム。

【請求項16】 前記紹介者リストごとに、当該紹介者リスト内の各順位に応じた前記紹介報酬の配分ルールの設定を受け付け、その配分ルールと紹介者リストとの対応関係を管理する手段を更に備えることを特徴とする請求項15記載のシステム。

【請求項17】 前記チケット発行手段は、前記紹介チケットに一意なチケットIDを付与してこのチケットIDを前記紹介チケットに組み込む手段と、前記チケットIDと前記紹介者リストとの対応関係を記憶する手段と、を備え、

前記報酬管理手段及びチケット配布手段は、前記操作の際に用いられた紹介チケットのチケットIDから、対応する紹介者リストを特定することを特徴とする請求項14記載のシステム。

【請求項18】 前記チケット発行手段が発行する紹介チケットに対して電子署名が施す手段を備えることを特徴とする請求項14記載のシステム。

【請求項19】 前記チケット発行手段で発行する紹介チケットに対し、発行数の設定を受け付ける手段と、設定された発行数を、当該紹介チケットに対応する紹介者リストと関連づけて記憶する手段と、

前記紹介チケットを用いた前記ウェブページに対する所定の操作の受け付け回数を、前記紹介チケットごとにカウントする手段と、

前記紹介チケットについての前記所定操作の受け付け回数が、当該紹介チケットに対して設定された前記発行数に達した以降は、その紹介チケットを用いた前記所定操作の受け付けを禁止する手段と、

を更に備える請求項14記載のシステム。

【請求項20】 コンピュータシステムを、複数の紹介者IDを保持できる紹介者リストを生成する手段、

前記紹介者リストに対応付けられた紹介チケットを発行するチケット発行手段、

広告対象の所定のウェブページに対して前記紹介チケットを利用して所定の操作が行われたことを検知するユーザ操作検知手段、

前記検知手段による検知に応じて、前記紹介チケットに対応する前記紹介者リストに登録された各紹介者IDに対し、その操作に応じて生じた紹介報酬を記録する報酬管理手段、
前記検知手段の検知に応じて、前記紹介チケットに対応

する前記紹介者リストに対し、前記所定操作を行ったユーザに付与した紹介者IDを追加することにより前記紹介者リストを更新し、更新された紹介者リストに対応づけた紹介チケットを前記チケット発行手段に発行させ、その結果得られた新たな紹介チケットを当該ユーザに対してオンラインで提供するチケット配布手段、として機能させるためのプログラムを記録したコンピュータ読取可能な記録媒体。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】 本発明は、ウェブページを介して行われる電子商取引その他の業務を、ユーザに紹介するための方法及びシステムに関する。

【0002】

【従来の技術】 インターネット上の電子商取引が盛んになるにつれて、インターネットの特性を利用した様々な宣伝広告の方法が提案されている。

【0003】 その中の著名なものに、米国アマゾン・ドット・コム (Amazon.com) 社による米国特許第6,029,141号に示される方法がある。この方法は、アソシエイト (associate) システム又はアフィリエイト (affiliate) システムとも呼ばれている。この方法では、販売者が、自己の運営する販売者ウェブサイトを紹介する紹介者をWWW (World Wide Web) 上で募り、その紹介者の運営するウェブサイトにその商品ウェブサイトへのリンク情報を掲載してもらう。そして、このリンク情報に、その紹介者に割り当てた紹介者IDと、紹介する商品のIDとを埋め込んでおく。顧客が、紹介者のウェブサイトから取得したウェブページ上でそのリンク情報をクリックし、販売者の販売者ウェブサイトにアクセスすると、販売者ウェブサイトは、リンク情報の解析により、その顧客がどの紹介者のウェブページを経由して販売者ウェブサイトに到達したか、そのリンク元の紹介者を特定することができる。販売者は、顧客が販売者ウェブサイト上で商品を購入した場合、そのリンク元の紹介者に対して所定の紹介報酬を計上することができる。

【0004】 この方法は、紹介報酬というインセンティブにより多数の紹介者を得ることが期待できると共に、紹介報酬が顧客の購入に応じた成功報酬となるため、販売者は無駄な広告費 (紹介報酬) を支払わずに済むという利点がある。

【0005】 また、商店などの販売促進のための手法の一つに、見込み客に対して割引クーポンを配布するという手法がある。米国特許第5,907,830号には、ウェブページを介してユーザが割引クーポンをダウンロードし、印刷出力して利用するシステムが開示されている。

【0006】

【発明が解決しようとする課題】 上記各従来技術は、広告宣伝力という点でまだまだ改善の余地がある。

【0007】アマゾン・ドット・コム社の従来技術は、確かに多数の提携紹介者のウェブページで広告ができるという点で強力なものである。しかし、ユーザが提携紹介者になるには、販売者が運営している紹介者登録用のウェブページにアクセスし、所定の登録処理を行わなければならぬため、紹介者の増加は自ずと限られてしまっていた。

【0008】同様に、ウェブページからクーポンをダウンロードする従来技術でも、ユーザはクーポンを得るのに、決まったウェブページにアクセスする必要があるため、広告という面ではあまり大きな効果は得られないと考えられる。

【0009】本発明は、このような問題に鑑みなされたものであり、ウェブページを用いて行われる商品販売その他のサービスの宣伝を、ページ閲覧者であるユーザとの提携により、従来よりも強力な宣伝効果が得られる方法及びシステムを提供することを目的とする。

【0010】

【課題を解決するための手段】上記目的を達成するため、本発明に係る方法は、ユーザとの連携により、ウェブページを顧客に広告するための方法であつて、(a)複数の紹介者IDを保持できる紹介者リストを生成し、(b)この紹介者リストの所定の紹介者の紹介者IDを登録し、この紹介者リストに対応付けられた電子的な紹介チケットをその紹介者に対してオンラインで提供し、(c)前記紹介チケットを利用して前記ウェブページにて所定の操作が行われたことを検知した場合に、その操作に応じて生じた紹介報酬を、前記紹介チケットに対応する前記紹介者リストに登録された各紹介者IDに対して記録すると共に、その所定操作を行ったユーザに付与した紹介者IDをその紹介者リストに追加することにより前記紹介者リストを更新し、更新された紹介者リストに対応づけた紹介チケットをそのユーザに対してオンラインで提供し、前記ステップ(c)により前記紹介チケットを取得したユーザが、新たな紹介者としてその紹介チケットを他のユーザに配布することを可能とした。

【0011】また、本発明に係るシステムは、ユーザとの連携により、ウェブページを顧客に広告するためのシステムであつて、複数の紹介者IDを保持できる紹介者リストを生成する手段と、前記紹介者リストに対応付けられた紹介チケットを発行するチケット発行手段と、前記ウェブページに対して前記紹介チケットを利用して所定の操作が行われたことを検知するユーザ操作検知手段と、前記検知手段による検知に応じて、前記紹介チケットに対応する前記紹介者リストに登録された各紹介者IDに対し、その操作に応じて生じた紹介報酬を記録する報酬管理手段と、前記検知手段の検知に応じて、前記紹介チケットに対応する前記紹介者リストに対し、前記所定操作を行ったユーザに付与した紹介者IDを追加することにより前記紹介者リストを更新し、更新された紹介

者リストに対応づけた紹介チケットを前記チケット発行手段に発行させ、その結果得られた新たな紹介チケットを当該ユーザに対してオンラインで提供するチケット配布手段と、を備える。

【0012】

【発明の実施の形態】以下、本発明の実施の形態（以下実施形態という）について、図面に基づいて説明する。

【0013】図1は、本発明に係るシステムの全体構成を示す機能ブロック図である。ここでは、ウェブページを利用した商品販売やサービス提供に、本発明に係る顧客紹介の手法を適用した場合の例を説明する。

【0014】図1において、販売者サーバ100は、顧客に商品の販売やサービスの提供などを行う販売者が、オンライン販売のために運用しているサーバ装置である。販売者サーバ100は、販売ウェブページ102を保持すると共に、その販売ウェブページ102を用いた顧客との取引処理を行う販売処理部104を備えている。販売ウェブページ102は、当該販売者が商品等の販売等のために運営するウェブページであり、例えば通信販売のトップページや個別商品のカタログページなどを含んだ概念である。当然ながら、この販売ウェブページ102を顧客（や見込み客）に提供したり、このページに対する顧客の購入その他のための入力事項を取得するために、販売者サーバ100にはウェブサーバ（HTTPサーバ）が設けられているが、ここでは煩雑さを避けるため図示を省略している。販売処理部104は、このウェブサーバを介して得られた顧客の入力情報を受け取り、購入申込みの記録や商品配送の手配、クレジットその他の代金決済など、販売のために必要な各種の処理を行う装置であり、この装置には公知のものを用いることができる。この販売処理部104の販売その他の処理により取得したり、利用したりする各顧客の顧客情報は顧客DB（データベース）120に保持されている。

【0015】また、販売者サーバ100は、紹介報酬管理部108と電子クーポン管理部110を有する。これらユニットが、本システムにおける宣伝広告のための主要機能を果たす。

【0016】電子クーポン管理部110は、電子クーポンの発行及び配布を管理する装置である。電子クーポンは、基本的には割引クーポンの電子データ版であるが、本実施形態では、更に広告宣伝機能を高めるための工夫を凝らしている。

【0017】本実施形態では、電子クーポンをユーザに配布し、そのユーザから他のユーザにそのクーポンを配布してもらうことで、販売ウェブページ102（及びそこで販売している商品）の宣伝をしてもらう。最初のユーザからクーポンをもらった第2のユーザは、その販売ウェブページ102で商品を購入する場合にその電子クーポンを販売者サーバ100に送ると、第2のユーザは、あらかじめそのクーポンが約束している価格割引を

得ることができる。

【0018】ここで、本実施形態では、ユーザにクーポン配布のインセンティブ（動機付け）を与えるため、そのユーザが配布したクーポンを用いて他の人が販売ウェブページ102で商品購入を行った場合などに、販売者からそのユーザに対し紹介報酬を与える仕組みを採用している。しかも、本実施形態では、単にあるユーザAから他のユーザBへの1段階の紹介だけでなく、そのユーザBから更に別のユーザCへの紹介に対しても、最初のユーザAに紹介報酬を支払うなど、ある紹介の後に続く何段階かの紹介に対してもそれぞれ販売者から紹介報酬を支払う仕組みを採用している。一人のユーザ（紹介者）が紹介（すなわちクーポン配布）できる相手の数はある程度限られるが、紹介を受けた人が紹介する人、更にその紹介を受けた人が紹介する人、などを考えていくと、その数は指数関数的に増大することが期待される。したがって、ユーザが直接紹介した人だけでなく、その人を介して間接的に紹介したことになる人の商品購入などからも、たとえ少額ずつでも紹介報酬が得られれば、最初のユーザは、結果としてかなりの額の紹介報酬を獲得する機会が得られることになる。このような強力なインセンティブにより、多数の紹介者の獲得が期待できる。

【0019】この仕組みを実現するため、本実施形態では、発行した電子クーポンに対し、このクーポンはどの紹介者の手を経て紹介されたものかを示す情報を関連づけて管理する。このため、各紹介者には、一意な識別子（紹介者ID）を付与する。なお、紹介者とは、販売者から電子クーポンを渡して、他ユーザへの紹介（宣伝）活動をお願いしたユーザである。そして、第1の紹介者から第2の紹介者へ、第2の紹介者から第3の紹介者へ、といった具合に、紹介の系列に従った紹介者IDのリストを作成し、これを発行する電子クーポンに対応づけて管理する。こうすることにより、販売者側は、商品購入に際して顧客から電子クーポンを受け取った際に、その電子クーポンが経てきた各紹介者のIDを知ることができ、それら各紹介者に対して紹介報酬を付与することが可能になる。

【0020】図2は、本実施形態のシステムで用いる電子クーポンの管理情報の一例である。クーポン管理情報300は、クーポンID302、上限次数304、配分ルール306、及び1次～n次（nは前述の上限次数）までの各紹介者の紹介者ID308-1～308-nを含んでいる。クーポンID302は、当該電子クーポンの識別情報である。上限次数304は、この電子クーポンについての紹介報酬を受け取る紹介者の最大数nを示す。配分ルール306は、これら最大n人の紹介者への紹介報酬の配分の仕方（例えば各人への配分額や配分率など）を規定したルールである。紹介者リスト309は、当該クーポンの紹介経路となった1次～n次の各紹

介者の識別情報（紹介者ID308-1～308-n）を含む。ここで、紹介者の次数は、値が小さいほどそのクーポンをもらって使用するユーザに近いことを表す。すなわち例えば、クーポンを使用するユーザからみて、そのクーポンをもらった相手が1次紹介者であり、その1次紹介者がかつて顧客として使用したクーポンの入手元が2次紹介者である、といった具合である。なお、紹介者IDの欄308-1～308-nには、現所有者に至るまでに当該電子クーポンが経た各紹介者のIDが記録されるので、その電子クーポンが経た紹介者の数がn人未満であれば、空きの欄ができる。

【0021】図3に配分ルール306のデータ内容の一例を示す。この例では、配分ルールには、各次数（順位）ごとに、それに対応する配分率307-1～307-nが設定されている。例えば、1次配分率307-1は、1次紹介者ID308-1に対応する紹介者への配分率を示す。配分率の表現方式に百分率を用いた場合は、1～n次までの配分率の和は100になるように設定する。商品購入に応じて支払われる紹介報酬の総額を、これら各配分率に従って各紹介者に配分する。ここで、紹介報酬の総額自体は、販売した商品の金額に応じて算出することもできるし、商品の金額によらず定額とすることもできる。いずれにしてもその算定方式を紹介報酬管理部108に組み込んでおけばよい。

【0022】なお、配分ルール306は、このように配分率で規定する方式以外にも、各順位に対して与える配分金額や配分ポイントを設定する方式也可能である。

【0023】1次～n次の各紹介者への配分率や額の設定は、次数が高く（すなわち顧客から遠ざかる）ほど率又は額が低くなるようにする。例えば、1次紹介者は配分率50%、2次紹介者は25%、3次紹介者は12.5%、・・・とするなどである。これにより、直接クーポンを配って紹介を行う1次紹介者に高い動機付けを与えることができる。

【0024】さて、この電子クーポンを広めるのに、本実施形態では、顧客に紹介者となってもらうという方式を採用している。すなわち、電子クーポンを利用して商品購入等の所定操作を行ったユーザ（顧客）に対し、例えば電子メールやウェブページなどを介して新たに電子クーポンを提供し、他のユーザにそれを配布して紹介（宣伝）してくれるよう依頼するのである。このとき、新たに提供する電子クーポンの紹介者リストに、当該顧客に付与した紹介者IDを追加することにより、その顧客が紹介報酬を得ることが可能になる。なお、この場合、どのようなユーザ（顧客）を次の紹介者にするかは、本システムを運用する者の考え方次第であり、上述のように販売ウェブページ上で商品購入をしたユーザに次の紹介を依頼する方式もあれば、販売ウェブページにアクセスしたユーザに次の紹介を依頼するような方式も考えられる。

【0025】このように、本実施形態では、電子クーポンを利用する顧客に順次紹介者になってもらうこと、及び前述した何段階かの間接的紹介にまで紹介報酬を出すことの相乗効果により、高い宣伝広告力を得ることが期待できる。

【0026】電子クーポン管理部110は、以上説明したような電子クーポンの発行（作成）し、その電子クーポンをユーザ（顧客）に提供する。

【0027】再び図1の説明に戻ると、電子クーポン管理部110で発行された電子クーポンの管理情報（図2参照）は、クーポンDB124に保持される。この場合、顧客側に渡される電子クーポンは、クーポンIDの情報を含むデータとして構成される。電子クーポンにクーポンIDさえ含まれていれば、クーポンDB124を参照してその電子クーポンの内容を知ることができる。電子クーポン管理部110や紹介報酬管理部108は、必要に応じてこのクーポンDB124から電子クーポンの管理情報を得る。また、電子クーポンには、このクーポンIDの他に、販売ウェブページ102のURL（Uniform Resource Locator）と、顧客のウェブページ上に当該クーポンを表示する場合の表示イメージの情報などが含まれる。したがって、電子クーポンの具体例としては、例えば販売ウェブページ102のURLに、パラメータとしてクーポンID（又はそれを暗号化したもの）を組み込んだテキスト記述と、電子クーポンの表示イメージとの組からなるデータを用いることができる。この場合、例えば電子クーポンを構成するテキスト記述の部分は、“<http://abcdefg.com/10a5f90/>”などとなる。この例において、“<http://abcdefg.com/>”が販売ウェブページ102のURLであり、その後に続く“10a5f90”がクーポンID（又はその暗号化結果）である。

【0028】紹介報酬管理部108は、顧客が電子クーポンを利用して行った所定の操作（商品購入やウェブページ閲覧）について、紹介者への紹介報酬を計算し、記録し、その支払のために必要な処理を行う装置である。紹介報酬管理部108は、その操作の際に使用された電子クーポンの管理情報の紹介者リスト309に登録された各紹介者に対する紹介報酬を、配分ルール306に従って決定し、それを紹介者DB122に記録する。

【0029】紹介者DB122は、各紹介者の情報を蓄積、管理するデータベースである。このDBには、各紹介者の紹介者IDに対応づけて、その名前や住所、電話番号や電子メールアドレスなどの個人（あるいは法人）情報と、それら各紹介者が受け取るべき獲得紹介報酬の額やその支払方法（振込先の銀行口座番号など）が記録される。図4は、紹介者DB122における各紹介者の獲得報酬額の記録情報の一例を示す。この例では、各紹介者の紹介者IDに対応づけて、獲得報酬の累計額（ポイント数）が記録されている。この累計額は、紹介報酬の前回の支払以降についての獲得報酬の累計である。こ

の例の場合、紹介報酬管理部108は、紹介報酬が発生した場合、配分ルール306に従って決めた各紹介者への報酬ポイントを、紹介者DB122の各紹介者の獲得報酬累計に加算することになる。次の支払期日が来るとき、その時の累計額が当該紹介者に、あらかじめ紹介者DB122に登録された支払方法で支払われる。なお、このような累計額以外に、個々の紹介ごとに、その日時やその時獲得した報酬額などを記録するようにしてもよい。

【0030】また、ここでは、顧客がクーポンを用いて商品購入を行った場合に紹介報酬が発生したが、どのような条件で紹介報酬を発生させるかは、販売者自身が決めればよい。例えば、顧客が販売ウェブページ102にアクセスしてクーポンを提示するだけで紹介報酬を発生させることも考えられる。販売者サーバ100には、顧客がウェブページ102に関してどのような操作をした場合に紹介報酬を発生させるかの条件をあらかじめ設定しておく。販売処理部104は、顧客のブラウザから送られてくる情報等に基づき、紹介報酬発生の条件が満足されたかどうかを判定し、その条件が満足された場合は、紹介報酬の計上処理を紹介報酬管理部108に指示する。

【0031】また、本実施形態では、顧客に順次紹介者になってもらうという方式をとっているので、顧客DB120で管理している顧客IDを、そのまま当該顧客の紹介者IDと用いることも可能である。それを更に進め、顧客DB120と紹介者DBとを統合してしまうことももちろん可能である。

【0032】電子署名処理部106は、紹介者に渡す電子クーポンのデータに対して電子署名を行ったり、顧客が商品購入時などに提出した電子クーポンの電子署名を検査して、そのクーポンの真正性を確認したりする。電子クーポンの内容の改竄などがあった場合には、この電子署名によりそれを検知できるので、公正なルールに従った紹介報酬制度の運用を担保できる。

【0033】以上、販売者サーバ100について説明した。これに対し、顧客は自分のコンピュータ（顧客コンピュータ200a～200c）のブラウザ202a～202cから販売ウェブページ102にアクセスして商品購入等の操作を行う。

【0034】図1は、3人の顧客A、B、Cがいて、その順番に電子クーポンによる紹介が進んでいく場合の例を示している。この例では、まず顧客Aがブラウザ202aを用いて販売ウェブページ102にアクセスし、そのページ102上で商品を購入するところから一連のプロセスが始まる。ここで、顧客Aは電子クーポンを持っていないものとする。この場合、販売者サーバ100は、販売処理部104により、顧客Aに対して通常価格での商品販売処理を実行した上で、電子クーポン管理部110により、その顧客Aに対して電子クーポン（ク

ーポンA)を発行して宣伝を依頼する。このクーポンAの実体的な管理情報(図2参照)は、クーポンDB124内に生成され、顧客Aに渡されるクーポンAにはクーポンIDが組み込まれる。この場合、クーポンAの管理情報の紹介者リスト309(図2)には、1次紹介者ID308-1に顧客Aの紹介者IDが設定され、2次以降の紹介者IDは空欄となる。

【0035】販売者から顧客への電子クーポンの提供の仕方としては、一例として、ダウンロード可能な電子クーポンを表示したウェブページをその顧客に見せる方式を採用する。例えば、販売ウェブページ102において、顧客が最終的な購入申込みを送信した後、電子クーポンを用いた顧客紹介プラン(紹介報酬の仕組みなど)を説明し参加を呼びかける内容のウェブページをその顧客に提供し、そのウェブページ上でその顧客が電子クーポンをダウンロードできるようにする。その顧客は、そのプランに興味を持てば、電子クーポンをダウンロードし、知人その他にその電子クーポンを渡して宣伝を行うことになる。また、別的方式として、電子メールを利用する方式も可能である。この場合、その電子メールには、電子クーポンの情報(クーポンID、販売ウェブページのURL、クーポン画像など)とともに、このクーポンを送る趣旨説明(例えば宣伝の依頼やそれによる報酬に関する説明)が組み込まれる。このような電子メールを、販売者サーバ100から商品を購入した顧客に送信する。

【0036】このようにしてクーポンAを受け取った顧客Aは、自分のウェブページ204a上にそのクーポンAを組み込み、インターネット上に公開する。販売ウェブページ102のURLにクーポンIDを組み込んだ記述と、クーポン画像とからなる電子クーポンの場合、顧客は、自分のウェブページのHTMLソースコードに、そのURL(クーポンID入り)と、クーポン画像を含んだリンク記述を組み込むだけでよい。もちろん、電子クーポンのウェブページへの組み込み方の説明をウェブページや電子メールなどで顧客に提供するようにすることも好適である。

【0037】次に顧客Bが、その顧客Aのウェブページ204aにアクセスすると、そのウェブページ204aが顧客Bのブラウザ202bに送信される。このページ204aには、クーポンAが組み込まれている。このページ204aの表示上で、顧客Bが電子クーポンの画像をクリックすると、ブラウザ202bはその画像に対応づけられたURLの情報を含んだHTTPのページ要求メッセージを生成し、販売者サーバ100宛に送る。ここで、そのメッセージ中のURLには、クーポンIDの情報が含まれている。これを受けた販売者サーバ100は、そのメッセージからクーポンIDの情報を抽出し、クーポンIDに電子署名をしている場合はその電子署名の検査を行う。このようにして取得してクーポンID

は、当該顧客に対する販売処理のために販売処理部104が生成したショッピングカートデータに対応づけて管理される。したがって、後で顧客Bからそのショッピングカートに関して商品購入の意思表示があった場合、その購入に関するクーポンの情報を入手することができる。そして、その顧客Bが紹介報酬発生の条件となる商品購入などの操作を行うと、販売者サーバ100は、そのクーポンIDに対応するクーポン管理情報に従って紹介報酬を各紹介者に計上し、新たなクーポンBを顧客Bに対して発行し、宣伝を依頼する。このクーポンBは、クーポンAをもとに作成され、クーポンID302と紹介者リスト309(図2参照)以外はクーポンAと同内容である。クーポンBのクーポンIDには、クーポンAのIDとは異なる一意なIDが設定され、紹介者リスト309には、顧客Bに与えられた紹介者IDが追加される。この追加は、リスト309内の既存の紹介者IDをそれぞれ1つずつ下位に移動し、その結果空いた1次紹介者の欄に当該顧客Bの紹介者IDを登録することにより行う。したがって、この場合、クーポンBの紹介者リスト309は、1次紹介者に顧客B、2次紹介者に顧客AのIDが登録される。

【0038】販売者サーバ100は、このようにして作成したクーポンBを、クーポンAの場合と同様、ウェブページ又は電子メールを用いて顧客Bに渡し、宣伝を依頼する。

【0039】クーポンBを受け取った顧客Bは、それを自分のウェブページ204bに組み込んで公開し、そのページ204bの閲覧者に販売ウェブページ102やその取扱商品の宣伝をする。

【0040】そして、顧客Cがブラウザ202cを用いてそのウェブページ204bを閲覧してそのページ上のクーポンBの画像をクリックすると、顧客Bの場合と同様、販売ウェブページ102が顧客Cに提供されるとともに、販売者サーバ100はクーポンBのクーポンIDを取得することができる。そして、顧客Cが商品購入などの操作を行うと、販売者サーバ100は、紹介報酬をクーポンBの紹介者リストに登録された各紹介者に配分し、そのリストに対して当該顧客Cの紹介者IDを追加して新たなクーポンCを作成し、そのクーポンCを顧客Cに提供して宣伝を依頼する。そして、顧客CがそのクーポンCを自分のウェブページ204cに組み込んで公開することにより、クーポンによる紹介の流れが後に繋がることになる。

【0041】以上、本実施形態における顧客紹介の流れについて大まかに説明した。次に図5を参照して、その流れにおける電子クーポン(特に紹介者リスト)の変遷の様子を説明する。

【0042】まず、顧客Aが販売ウェブページ102にて商品購入(図における「第1売買」)を行うと、電子クーポン管理部110は、その顧客Aの付与した紹介者

ID “244”を1次紹介者ID欄に含んだ電子クーポン400（ただし図示したのはクーポンDB124内に保持される管理情報の一部である。以下同様）を作成して、その顧客Aに与える。ここで例示する電子クーポンは、上限次数306（図2参照）が3次に設定されたものである。なお、ここで、紹介者IDは、顧客IDを流用する場合は新たに作成する必要はない。顧客IDとは別の紹介者IDを用いる場合は、その顧客Aに対し過去に紹介者IDを付与したことがあるかどうかを調べ、紹介者IDの付与歴があればその紹介者IDを取得して電子クーポン400に組み込み、なければ新たに紹介者IDを付与してそれを電子クーポン400に組み込む。紹介者IDの付与歴については、例えば付与した紹介者IDを顧客DB120に記録しておくなどにより、後で調査可能になる。

【0043】この顧客Aからクーポン400をもらった顧客Bがウェブページ102で商品を購入すると（第2売買）、電子クーポン管理部110は、その顧客Bの紹介者ID“647”を1次紹介者に、顧客Aの紹介者IDを2次紹介者に登録した電子クーポン402を作成し、顧客Bに提供する。ここで、このクーポン402は、クーポン400とはクーポンIDが変わっている。

【0044】同様に、顧客Bからクーポン402を入手した顧客Cが販売ウェブページ102で商品購入を行うと（第3売買）、顧客Cに対して電子クーポン404が提供される。このクーポン404では、顧客A、顧客Bの紹介者IDの順位が1つずつ繰り下げられ、顧客Cの紹介者ID“847”が1次紹介者欄に設定されている。

【0045】そして、顧客Cからこのクーポン404を入手した顧客Dが販売ウェブページ102で商品購入を行うと（第4売買）、電子クーポン管理部110は、顧客Dに対して電子クーポン406を提供する。このクーポン406では、顧客DのID“945”が1次紹介者の欄に追加され、顧客A、B、Cの紹介者IDが1つずつリストの順位を下げられている。ここで、この一連のクーポン400～406は紹介者の上限次数が3次に設定されているので、最も古い顧客Aの紹介者IDが紹介者リストからこぼれ落ちることになる。したがって、このクーポン406を用いて誰かが商品購入を行ったとしても、それに対する紹介報酬はもはや顧客Aには与えられない。この場合、紹介者リストに登録されている顧客D、C、Bに対して、あらかじめ登録された配分ルール（例えば順に60%，30%，10%等）に従って紹介報酬が配分される。

【0046】次に、図6～図8を参照して、販売ウェブページ102上で顧客から商品購入申込みを受けた場合の、販売者サーバ100の処理手順を説明する。なお、この例では商品購入により紹介報酬が発生するものとする。

【0047】まず、顧客が販売ウェブページ102に対して入力した購入申込みのデータを受け付けると（S10）、販売処理部104は、その購入操作に関連して顧客から電子クーポンが提示されているか否かを判定する（S12）。

【0048】クーポンが提示されていなければ、販売処理部104は、顧客が希望した商品を通常価格で販売するための処理を実行する（S16）。そして、その販売処理部104からの指示に応じ、電子クーポン管理部110が、その顧客を1次紹介者として組み込んだ電子クーポンを作成し（S26）、それをウェブページ又は電子メールなどの媒体を介して当該顧客に配布する（S28）。図1に示した例で言えば、顧客Aに関してはこのS16を経由する処理が実行される。

【0049】一方、S12で、購入操作に関連して顧客からクーポンが提示されていると判定された場合は、販売処理部104は、電子署名処理部106に対し、そのクーポンが真正なものか否かの検査を依頼する（S14）。電子署名処理部106は、これに応じ、顧客が提示したクーポンの電子署名を確認し、そのクーポンが真正なものか否かを判定する（S16）。この結果、真正なクーポンでないと判定された場合は、販売処理部104は、クーポンが使用できない旨のメッセージを顧客に送るなどの所定のエラー処理を実行し（S22）、一連の販売処理を終了する。

【0050】一方、S18の判定で、真正なクーポンと判定されれば、販売処理部104は、その顧客の希望する商品に対し、そのクーポンに規定された所定の割引を行った上で、販売処理を実行する（S20）。そして、販売処理が終わると、紹介報酬管理部108が、そのクーポンの伝搬に関与した各紹介者に対して、当該顧客の購入に関する紹介報酬を算定し、それを紹介者DB122に記録する（S24）。この場合、例えば、紹介報酬管理部108は、図7に示すように、その商品の販売額などに基づき紹介報酬の総額を算出し、更にそのクーポンの管理情報をクーポンDB124から取得し（S30）、その管理情報の配分ルール306に従って、紹介報酬の総額をリスト309中の各紹介者に分配する（S32）。その後、電子クーポン管理部110が、その顧客を1次紹介者として組み込んだ電子クーポンを作成し（S26）、それをウェブページ又は電子メールなどの媒体を介して当該顧客に配布する（S28）。図1に示した例で言えば、顧客BやCに関してはこのS20及びS24を経由する処理が実行される。

【0051】図8は、電子クーポン作成処理（S26）の詳細な手順を示す。この手順では、まず電子クーポン管理部110は、販売処理部104等から電子クーポンの作成指示を受けた場合、その起因となる商品購入などの顧客のオペレーションにおいてクーポンが用いられたかどうかを判断する（S40）。クーポンが用いられて

いれば、そのクーポンの管理情報を取得し(S42)、それを元に、その顧客(購入者)に付与する新たなクーポンを作成する(S44)。この場合、例えば電子クーポン管理部110は、新規なクーポンIDを有する管理情報を作成し、その管理情報の他のエントリに対して、S42で取得したクーポンの管理情報のうちのクーポンIDを除く項目をコピーする。そして、更にその新管理情報において、紹介者リストに既存の紹介者IDを1次ずつ繰り下げ、当該顧客の紹介者IDを最高次に追加する。

【0052】一方、S40でクーポンが利用されていないと判定された場合、電子クーポン管理部110は当該顧客の紹介者IDを1次紹介者に登録した新規の電子クーポンを生成する(S46)。

【0053】以上のような処理により、販売ウェブページ102にて顧客が行った商品購入等の所定操作について、紹介報酬の記録、及び次なる宣伝のための電子クーポンの発行が実現される。

【0054】以上、本発明の好適な実施の形態の一つを説明した。この実施形態によれば、顧客に順次紹介者となってもらうことにより、迅速に販売ウェブページ102やその取扱商品を宣伝することができる。また、本実施形態では、電子クーポンに対し、そのクーポンが顧客に至るまでに経由した各紹介者のIDのリストを関連付けて管理し、紹介報酬をそのリストの各紹介者に支払うようにしたことにより、各紹介者に紹介活動のインセンティブを与えることができる。

【0055】以上説明した実施形態では、販売者が紹介者に提供した電子クーポンを、顧客が自由に取得して何回でも使用することができた。これに対し、販売者によっては、1人の紹介者を介して顧客に提供する電子クーポンの数を制限したい場合がある。そのようなクーポン数の制限を実現するための本発明の実施形態を次に説明する。

【0056】このような実施形態の1つでは、図9に示す電子クーポン管理情報を用いる。図9の管理情報300に含まれる各データ項目のうち、図2に示したものと同じものについては、同一符号を付してその説明を省略する。

【0057】この図9の管理情報において、図2の管理情報と異なるのは、発行枚数310及び使用済カウンタ312が設けられている点である。発行枚数310は、当該電子クーポンの上限使用回数である。例えばクーポンの発行枚数310を5に設定した場合、販売者サーバ100では、そのクーポンIDを持つクーポンを使用した商品購入は最高5回(従って顧客5人以内)までしか認めない。使用済カウンタ312は、クーポン発行時には0に設定され、その後当該クーポンIDのクーポンを用いて商品購入等の操作が行われる度に、紹介報酬管理部108などにより1ずつインクリメントされる。販売

処理部104は、クーポンを受け付けて商品販売を行う度に、クーポン管理情報300の発行枚数310と使用済カウンタ312の値を調べ、カウンタ312のカウント値が発行枚数310に達している場合はその販売処理を中止する。発行枚数310の値は、販売者が自分の目的に合わせて設定すればよい。

【0058】また、同一紹介者に対するクーポンの発行枚数を制限する別の方法として、図10に示すクーポン(管理情報)を用いる方法がある。この方法では、その発行枚数分だけ一意なクーポンID302a～302cを付与する。図10は、発行枚数が3枚の場合の例である。上限次数304や配分ルール306、紹介者リスト309など、各クーポンID302a～302cで共通な情報は共用する。そして、各クーポンID302a～302cごとに、そのクーポンIDが使用されたか否かを示すフラグ303a～303cが用意される。電子クーポン発行時は、各クーポンIDのフラグ303a～303cは「未使用」にセットされているが、クーポンIDを用いて商品購入等の操作が行われると、そのIDに対応するフラグが「使用済み」にセットされる。販売処理部104は、クーポンを受け付ける度に、そのクーポンIDに対応するフラグ303a(又は303b又は303c)を調べ、そのフラグが「使用済み」の場合は、そのクーポンによる商品購入操作を受け付けない。これにより、1人の紹介者の手から直接広がるクーポンの数を制限することができる。

【0059】また、以上の実施形態では、電子クーポンの実体データ(管理情報300)をクーポンDB124で管理したが、紹介者を介して顧客に配布する電子クーポン自体に実体データを組み込んでもよい。図11は、このような電子クーポンのデータ内容を模式的に示す。この例では、電子クーポン400には、配分ルール402と紹介者リスト404のデータが組み込まれている。この場合、クーポン発行枚数の制限の必要がなければ、クーポンIDは基本的に必要ない。このように、電子クーポンの配布データに、紹介者リスト404等の実体的なデータを組み込む場合には、内容の改竄防止が重要になる。そこで、電子クーポンの実体データに販売者が電子署名を行うことが好適である。なお、このような実体データを含んだ電子クーポンの場合、データ量が大きくなるので、販売ウェブページ102のURLに組み込むことは困難になる。したがって、この場合には、電子クーポンと販売ウェブページ102のURLとをペアにして、各顧客に提供する。

【0060】また、図12に、紹介者リストを含む電子クーポンをXMLで記述した例を示している。この例では、タグ<クーポン券>及び</クーポン券>のペアにより1つの電子クーポンが記述され、それらタグの間に、各レベルの紹介者のIDが順に記述されている。例えば1次紹介者の紹介者IDはタグ<紹介者1>及び<

/紹介者1>の間に記述されている。

【0061】また、以上の例は、紹介者はすべて販売者の顧客であったが、本発明は、顧客でない紹介者が存在するシステムも包含する。図13は、このような変形例のシステムの一例を示す図である。図13のシステムと図1のシステムの相違は、図13の方に紹介者が運営する紹介者サーバ210が存在する点と、販売者サーバ100に紹介者登録部130が設けられた点である。他の部分は図1の場合と同じである。

【0062】紹介者サーバ210は、従来技術で説明したアマゾン・ドット・コム社の方式のように、販売者サーバ100側に、報酬を受けて販売ウェブページ102及び/又はその取扱商品の紹介を行う旨の登録を行う。この登録の受け付けを行うのが販売者サーバ100の紹介者登録部130である。紹介者登録部130は、紹介者を募集するためのウェブページを公開し、そのウェブページにて、ユーザから紹介者になる旨の意思表示と、それに伴う必要情報（例えば名前や住所、電話番号や電子メールアドレス、紹介報酬振込口座番号、紹介者のウェブページ212のURL）の入力を受け付ける。そして、その申込みについての審査により、そのユーザを紹介者として認める場合は、上記実施形態で説明した電子クーポンを紹介者に提供する。紹介者は、販売者から提供された電子クーポンを自分のウェブページ212に掲載して、広くユーザにその電子クーポンを広める。すなわち、この変形例は、電子クーポンを最初に販売者サーバ100から得る者が、商品購入を行った顧客ではなく、紹介者として別途申し込んだユーザである点では図1のシステムと異なるが、それ以降の顧客への電子クーポンの伝搬の仕組みについては図1のシステムと同様である。

【0063】この変形例では、紹介者が電子クーポンの設計ができるようにすることも好適である。すなわち、電子クーポンのいわば1次卸元となる紹介者サーバ210の運営者が、その電子クーポンの紹介者リスト309（図2等参照）の上限次数304や、配分ルール306などを決めることができるようにするわけである。各紹介者は、どのような電子クーポンにすれば世間によく広まるかを考えて、上限次数や配分ルールを決定する。この電子クーポンの設計は、例えばユーザが販売者サーバ100の紹介者登録部130に対して紹介者登録をする際に実行するようにすればよい。紹介者登録部130は、この電子クーポンの設計のためのウェブページを、紹介者に対して提供する。このウェブページには、上限次数や配分ルールを設定するための入力欄を設ける。販売者サーバ100の電子クーポン管理部110は、紹介者の入力した設計内容に従って電子クーポンを作成し、紹介者サーバ210に提供する。紹介者は、この電子クーポンを自分のウェブページ212に組み込む。

【0064】このように、この変形例によれば、同じ販

売ウェブページ102の電子クーポンであっても、紹介者サーバ210ごとに個性のある電子クーポンができる。

【0065】このシステムでは、各紹介者サーバ210は、各々が設計した電子クーポンが広まっていくことにより、販売者から報酬を得る。紹介者サーバ210の運営者の報酬は、前述した電子クーポンの紹介者リスト309（図2等）に載っている時に得られる紹介報酬でもよいが、運営者のインセンティブを更に高める報酬方法も考えられる。

【0066】この方法では、紹介者サーバ210の運営者の識別情報（ID）を、電子クーポンの管理情報300中に、紹介者リスト309とは別個に固定的に記録する。電子クーポンが紹介者から顧客へ、顧客から次の顧客へと伝搬していく場合でも、その運営者のIDは消さずに維持する。販売者サーバ100は、電子クーポンを受け取ると、そのクーポンの管理情報からそのクーポンの源になった紹介者サーバ210を特定できる。そこで、販売者サーバ100では、使用された電子クーポンの数を、その根源となった紹介者サーバ210ごとに集計することができ、その集計に従って各紹介者サーバ210に対して報酬を付与することができる。この方式によれば、紹介者サーバ210の運営者は、自分が設計した電子クーポンが広がれば広がるほど、多くの報酬を得ることができる。

【0067】さて、次に図14を参照して本発明の別の変形例を説明する。図1のシステムでは、顧客間の電子クーポンの伝搬の媒体にウェブページを利用したのに対し、図14のシステムは、クーポンの伝搬媒体に電子メールを用いる。図14のシステムは、電子クーポンを電子メール中に組み込んで送る以外は、図1のシステムと同様である。販売者サーバ100は、例えば顧客Aが販売ウェブページ102で商品購入を行うと、その顧客Aの紹介者IDを1次紹介者として含んだ電子クーポンを作成し、それを電子メールに組み込んで顧客Aに送る。これを受け取った顧客Aは、その販売ウェブページ102を紹介しようとする相手（顧客B）に対して、その電子クーポン及びその販売ウェブページ102のURLなどを含んだ電子メールを、メール（メールソフト）206aを介して送信する。電子クーポンとURLの対応づけには、例えば、前述のようにURLにクーポンIDをパラメータとして組み込む方式を用いることができる。このメールを受け取った顧客Bは、そのメール中に組み込まれたURLを用いて販売ウェブページ102にアクセスし、そのメール中の電子クーポンを用いてショッピングを行うことができる。以下同様にして、各顧客は、販売者サーバ100から電子クーポンを受け取り、それをメール206b、206cを介して他の顧客に送信する。

【0068】この変形例では、電子メールを用いること

により、どの顧客も気軽に紹介者となることができる。【0069】以上、本発明の好適な実施の形態及びその変形例を説明した。以上の実施形態では、価格割引を提供する電子クーポンを用いて販売ウェブページ102を紹介していくが、電子クーポンの利用は本発明の必須の要件ではない。割引機能のない単なるチケットを利用した場合でも、ある程度の効果は得られる。すなわち、そのチケットに対し、上記実施形態で説明した紹介者リストを関連づけることで、そのチケットを用いた商品購入に対する紹介報酬を、そのリストの各紹介者に支払うことができる。したがって、紹介者にインセンティブを与えるという点では、割引機能のないチケットでも、上述の電子クーポンと同等の効果を奏する。ただし、顧客への商品購入への動機付けの点では、電子クーポンの方が勝っていることは明らかなので、販売促進の面では電子クーポンを用いる方が望ましい。

【0070】また、上記の実施形態では、個々の電子クーポンごとに、各紹介者への紹介報酬の配分ルールを設定したが、販売者サーバ100で用いる配分ルールが1つに決まっていれば、各クーポンごとに配分ルールを設定したり管理したりする必要がないことは言うまでもない。

【0071】また以上の実施形態では、電子クーポンの発行や紹介報酬の管理を販売者サーバ100で行ったが、この代わりに、販売者とは別に紹介報酬管理を行う業者がおり、その業者が電子クーポンを発行するようにすることもできる。この場合、報酬管理業者のサーバは、図1のシステムでいう電子クーポン管理部110、紹介報酬管理部108、紹介者DB122、クーポンDB124などの機能を備えている。販売者は、顧客により紹介報酬の条件となる操作がなされると、その時用いられた電子クーポンの情報（例えばクーポンID）、紹介報酬情報（報酬総額、又は売上額など報酬算定の基準となる情報）、およびその顧客の電子メールアドレスなどを、その報酬管理業者のサーバに送る。報酬管理業者のサーバは、その紹介報酬に基づき、電子クーポンの紹介者リストの各紹介者への紹介報酬を計算して記録すると共に、その顧客を紹介者リストに含めた新たな電子クーポンを作成し、それを電子メールでその顧客に送る。

【0072】なお、以上説明した各実施形態又は変形例における販売者サーバ100は、典型的には、汎用のコンピュータシステムをベースに構築することができる。この場合、前述した電子クーポン処理部110、紹介報酬管理部108の各機能を記述したプログラムを、それぞれ図15に示すようにコンピュータシステム500に実行させることで構築できる。この場合、そのプログラムは、CD-ROMその他の可搬型の記録媒体510に記録された状態で提供することができる。そ

の媒体510のプログラムをコンピュータシステム500のハードディスク装置などにインストールすることで、コンピュータシステム500は、紹介報酬管理機能及び電子クーポン発行機能を備えた販売者サーバとして機能することが可能になる。

【図面の簡単な説明】

【図1】 本発明に係るシステムの全体構成を示す機能ブロック図である。

【図2】 電子クーポンの管理情報の一例を示す図である。

【図3】 配分ルールのデータ内容の一例を示す図である。

【図4】 紹介者DBで管理される紹介者の獲得報酬の情報の一例を示す図である。

【図5】 電子クーポンの伝搬に応じた紹介者リストの変遷の様子の例を示す図である。

【図6】 販売者サーバの電子クーポン及び紹介報酬に関する処理の流れを示すフローチャートである。

【図7】 紹介報酬記録処理の手順を示すフローチャートである。

【図8】 電子クーポン発行処理の手順を示すフローチャートである。

【図9】 発行枚数を制限する場合の電子クーポンの管理情報の一例を示す図である。

【図10】 発行枚数を制限する場合の電子クーポンの管理情報の別の例を示す図である。

【図11】 紹介者リスト等の管理情報を組み込んだ電子クーポンのデータ内容の一例を示す図である。

【図12】 XMLで記述した電子クーポンの一例を示す図である。

【図13】 紹介者サーバを含んだシステムを説明するための図である。

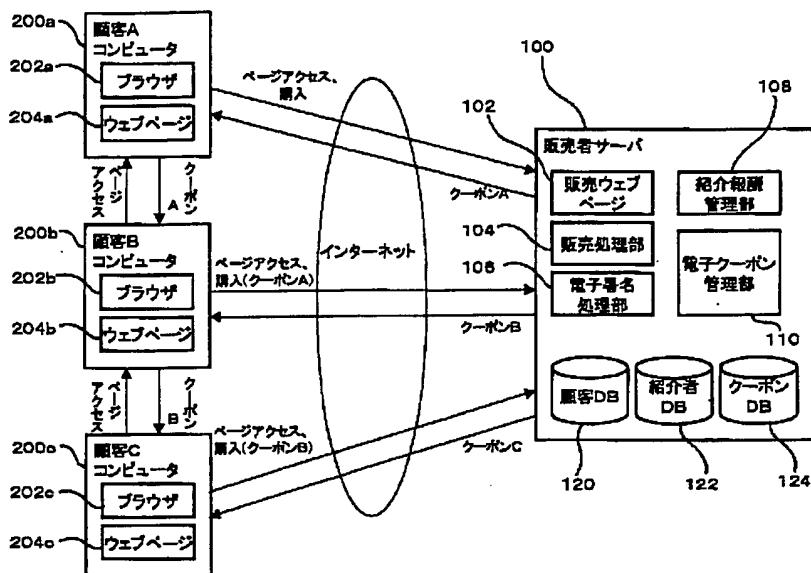
【図14】 電子メールにより電子クーポンを配布するシステムを説明するための図である。

【図15】 本実施形態の装置が実装されるコンピュータシステムの一例を示す図である。

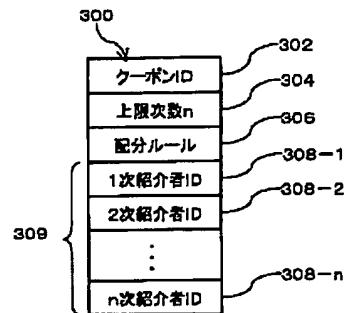
【符号の説明】

100 販売者サーバ、102 販売ウェブページ、104 販売処理部、106 電子署名処理部、108 紹介報酬管理部、110 電子クーポン管理部、120 顧客DB（データベース）、122 紹介者DB、124 クーポンDB、200a, 200b, 200c 顧客コンピュータ、202a, 202b, 202c ブラウザ、204a, 204b, 204c ウェブページ、300クーポン管理情報、302 クーポンID、304 上限次数、306 配分ルール、309 紹介者リスト。

【図1】



【図2】



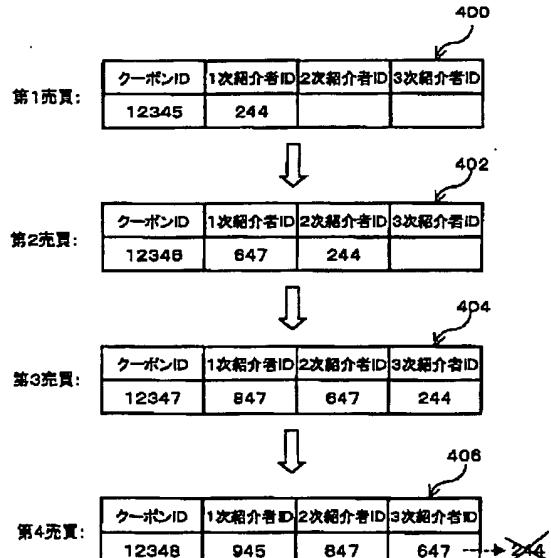
【図3】

1次配分率	紹介者IDID	獲得報酬累計
307-1	001	13185
2次配分率	002	88
⋮	003	2250
n次配分率	⋮	⋮

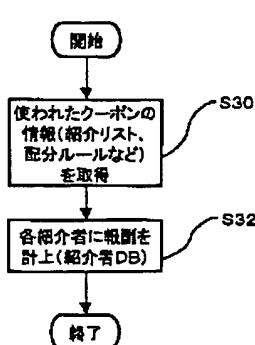
【図4】

紹介者IDID	獲得報酬累計
001	13185
002	88
003	2250
⋮	⋮

【図5】



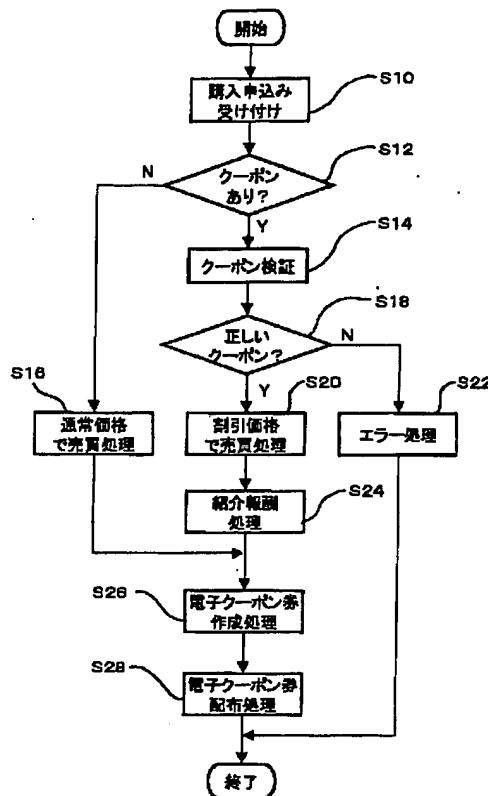
【図7】



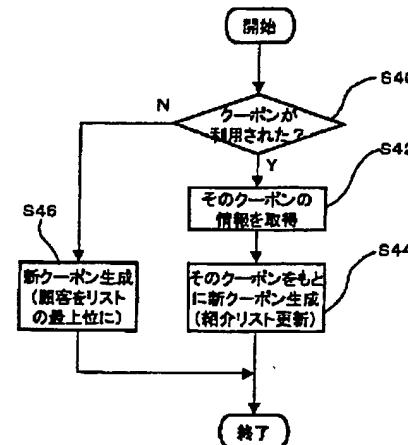
【図12】

<クーポン券>
<紹介者1>
2515
</紹介者1>
<紹介者2>
0347
</紹介者2>
<紹介者3>
9865
</紹介者3>
<紹介者4>
4679
</紹介者4>
</クーポン券>

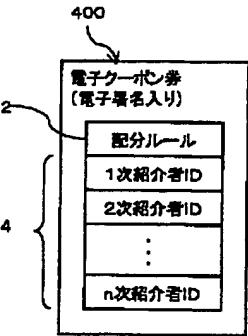
【図 6】



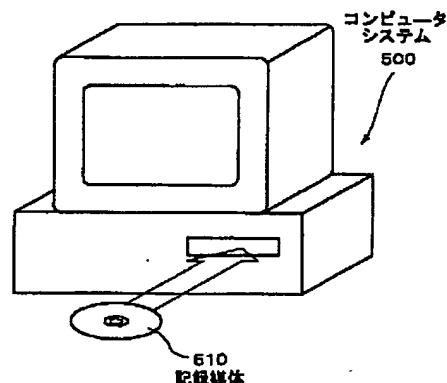
【図 8】



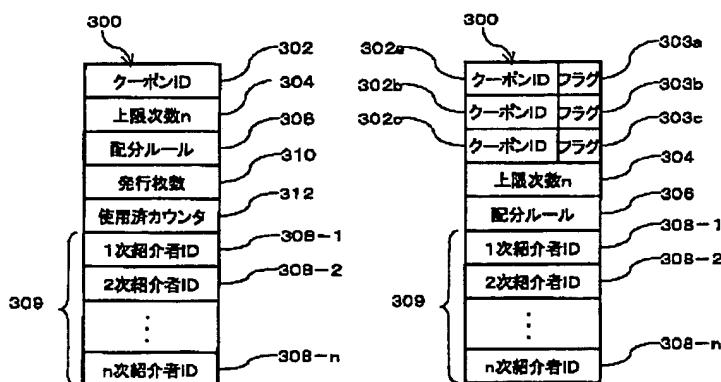
【図 11】



【図 15】

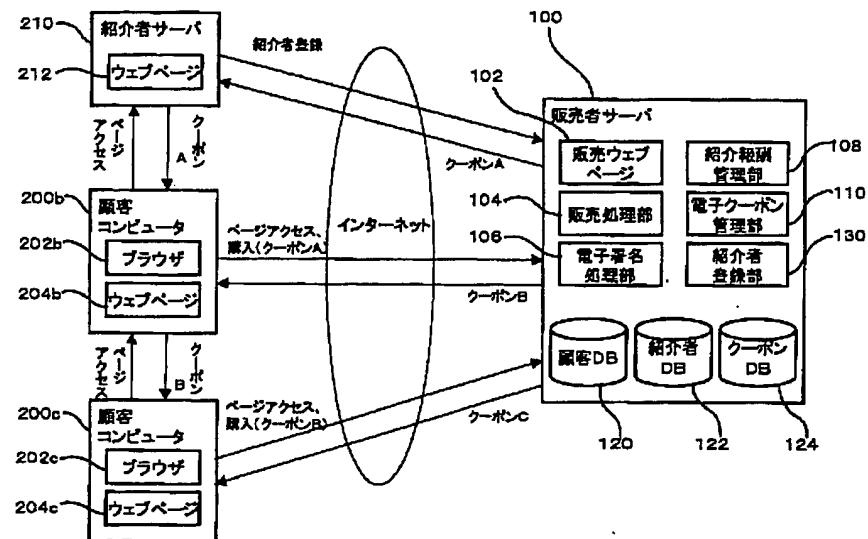


【図 9】



【図 10】

【図13】



【図14】

